

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Kecil Menengah (UKM) memiliki peran penting dalam perekonomian daerah khususnya dalam hal penciptaan lapangan pekerjaan di daerah tersebut. UKM Memiliki fungsi dan peran dirasakan amat penting pada saat ini. Selain sebagai sumber mata pencaharian masyarakat orang banyak, tetapi juga menyediakan secara langsung lapangan kerja bagi sebagian besar penduduk. Sebagai kelompok usaha kecil, UKM selalu terjebak dalam problem keterbatasan modal, teknik produksi, pemasaran, manajemen dan teknologi. Sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil dalam rangka memperluas perannya didalam perekonomian nasional, diperlukan serangkaian pembinaan terpadu dan berkelanjutan untuk mengatasi berbagai masalah tersebut terutama bersumber pada masalah keterbatasan pengetahuan, informasi dan permodalan (Sulistyo, 2010).

UKM adalah suatu kegiatan usaha yang dapat menciptakan lapangan pekerjaan serta dapat memberikan pelayanan ekonomi masyarakat luas yang berdampak pada proses pemerataan dan meningkatnya pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional pada umumnya dan stabilitas ekonomi pada khususnya (Ardiana & Brahmayanti, 2010). UKM berperan penting dalam pondasi perekonomian nasional, selain sebagai penyedia lapangan pekerjaan, UKM juga pendorong laju pertumbuhan ekonomi dan sebagai program pengentasan kemiskinan.

Wingko babat merupakan makanan tradisional yang berbahan dasar kelapa, Bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan wingko babat relatif murah dan mudah diperoleh. Komponen dalam pembuatan wingko babat terdiri dari tepung ketan, gula, dan kelapa parut. Karakteristik rasa dari wingko babat adalah manis dan gurih, untuk menonjolkan rasa gurih pada wingko babat, maka kelapa yang digunakan adalah kelapa muda (Trisnawati & Purwidiani, 2015). Wingko babat pada umumnya berbentuk bundar dengan tekstur padat dan kenyal serta biasa disajikan dalam keadaan hangat dan dipotong kecil-kecil. Wingko babat dua kelapa muda ny. Anita adalah usaha kecil menengah yang memproduksi makanan tradisional wingko babat, UKM ny. Anita ini merupakan UKM yg baru tumbuh dan berkembang, tentunya banyaknya permasalahan yang dihadapi UKM ini salah satunya adalah Persaingan Produk wingko babat semakin meningkat seiring bertambahnya jumlah UKM terutama berkaitan dengan varian produk yang ditawarkan.

Persaingan produk wingko babat semakin meningkat seiringnya penambahan jumlah UMKM-UMKM yang ada di daerah Bojonegoro dan sekitarnya. Jumlah UMKM di Kab. Bojonegoro masih menduduki peringkat keempat di Provinsi Jawa Timur sebanyak 281. 967 unit usaha. Laju pertumbuhan ekonomi di Jawa Timur Kabupaten Bojonegoro menduduki peringkat pertama dibandingkan dengan Kabupaten Jember, Malang atau Kabupaten/Kota lainnya (Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah, 2018). UKM wingko babat dua kelapa muda Ny. Anita berusaha bersaing terutama dengan UKM-UKM sejenis terutama yang berkaitan dengan varian produk yang ditawarkan, adapun pesaing-pesaingnya yaitu Agen

wingko babat Hj. Aswad, Wingko babat bu Lis, Wingko babat asli cap kelapa, Wingko babat kelapa muda Muslikah, Wingko babat argha, Wingko babat empat bintang jaya, dan Wingko babat kualitas super rasa kelapa muda. Konsumen juga banyak yang kurang mengetahui lokasi UKM ny. Anita, selain itu UKM ini juga tidak pernah melakukan pengukuran terhadap kepuasan konsumen, oleh karena itu pihak manajemen UKM wingko babat dua kelapa muda ini perlu mengetahui karakteristik konsumennya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa puas konsumen terhadap atribut yang ditawarkan dan strategi usulan perbaikan produk wingko babat dua kelapa muda ny. Anita, setelah melakukan analisis kepuasan konsumen UKM ny. Anita juga perlu melakukan upaya untuk mewujudkan harapan konsumen, hal tersebut akan menjadi dampak berupa meningkatnya loyalitas pada konsumen, (Wijayanto, 2013) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan kesetiaan konsumen untuk terus menggunakan produk yang sama dari suatu perusahaan. Loyalitas konsumen itu ketika apa yang diharapkan oleh konsumen dapat diwujudkan oleh UKM tersebut.

Kepuasan adalah perasaan seseorang yang timbul atas senang maupun kecewa yang dihasilkan setelah membandingkan ekspektasi dengan realita hasil dari kualitas suatu produk. Kepuasan merupakan perasaan seseorang akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan produk yang dirasakan dengan harapan mereka, jika kinerja tidak memenuhi harapan, pelanggan tidak puas, jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas, jika kinerja melebihi

harapan, pelanggan sangat puas atau senang (Kurniati et al., 2016). Peningkatan kinerja akan meningkatkan skor indeks kepuasan atribut yang diperoleh sehingga indeks kepuasan keseluruhan yang dicapai oleh perusahaan atau industri juga akan meningkat. Kunci utama untuk mempertahankan konsumen adalah dengan cara memberi kepuasan konsumen kepada kualitas produk tersebut (Damanik et al., 2014).



1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang tersebut maka dapat disusun serangkaian pertanyaan dari permasalahan yang ada yaitu:

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap wingko babat dua kelapa muda Ny. Anita ?
2. Bagaimana usulan strategi pengembangan perbaikan produk wingko babat dua kelapa muda Ny. Anita ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah peneliti memiliki beberapa tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap wingko babat dua kelapa muda Ny. Anita
2. Memberikan usulan strategi pengembangan perbaikan produk wingko babat dua kelapa muda Ny. Anita

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi UKM : Penelitian ini bermanfaat sebagai bahan masukan dari pihak manajemen UKM Ny. Anita, dengan diketahuinya karakteristik konsumen, tingkat kepuasan konsumen dan strategi rekomendasi dalam perbaikan produk, dari penelitian ini diharapkan UKM Ny. Anita ini dapat merumuskan kebijakan manajemen untuk dapat meningkatkan kinerja UKM Ny. Anita, serta meningkatkan pelayanan di masa yang akan datang.

2. Bagi Pemerintah : Hasil penelitian diharapkan mampu menjadi sumber informasi, referensi, pembelajaran dan pertimbangan dalam upaya pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kemasan makanan dan lingkungan.
3. Bagi peneliti : Mengaplikasikan konsep-konsep yang telah didapatkan dalam perkuliahan serta dapat pengembangan wawasan khususnya di bidang perilaku konsumen dan pemasaran.

1.5 Batasan Istilah

Batasan istilah bertujuan untuk menghindari kesalahan pemahaman dan perbedaan penafsiran yang berkaitan dengan istilah-istilah dalam judul skripsi. Sesuai dengan judul penelitian yaitu “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Wingko babat pada UKM Ny. Anita di Bojonegoro”, maka definisi operasional yang perlu dijelaskan yaitu:

1. Kepuasan Konsumen

Kepuasan merupakan perasaan seseorang atas senang ataupun kecewa yang dihasilkan setelah membandingkan antara kinerja suatu produk yang dirasakan dengan kinerja hasil yang diharapkan mereka, apabila kinerja tidak sesuai ekspektasi, konsumen tidak puas, apabila kinerja sesuai dengan ekspektasi, konsumen akan merasa puas, apabila kinerja dapat melebihi ekspektasi, maka konsumen akan sangat puas terhadap kinerja yang diberikan (Apriyani & Sunarti, 2017)

2. Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen adalah keinginan dari konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan tanpa memperdulikan jarak, waktu dan harga agar bisa mendapatkan produk yang mereka inginkan. Loyalitas itu sendiri akan timbul ketika apa yang diharapkan konsumen dapat diwujudkan oleh perusahaan. Loyalitas konsumen terjadi dalam beberapa fase: 1) Loyalitas kognitif terbentuk dari informasi yang diterima oleh konsumen pada keyakinan merek 2) Loyalitas afektif yang terbentuk dari ketertarikan emosional terhadap merek didasarkan pada kesenangan kepuasan secara kumulatif. 3) Loyalitas konatif merupakan terbentuknya sebuah loyalitas pada konsumen yang komitmen mendalam untuk membeli secara konsisten. 4) Loyalitas tindakan di mana tindakan konsumen secara rutin melakukan pembelian (Umar, 2014)

3. Wingko babat

Wingko babat merupakan makanan kue tradisional yang dikenal di nusantara sebagai makanan oleh-oleh khas Kota Babat, yang berada di Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan. Wingko babat merupakan kue yang berbahan dasar kelapa, gula dan bahan-bahan lainnya. UKM wingko babat banyak berdiri di Kecamatan Babat karena Babat merupakan sentral produksi wingko babat, tidak hanya di Kecamatan Babat produksi wingko babat juga menular di Kecamatan Baureno Kabupaten Bojonegoro hingga Kecamatan Widang Kabupaten Tuban pun juga banyak berdiri UKM wingko babat,

karena ketiga Kecamatan tersebut saling berdekatan. Banyaknya UKM yang berdiri disana sehingga persaingan juga tinggi, UKM disana berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan terbaik mulai dari rasa, kemasan, bentuk, higienitas dan lain sebagainya.

UKM wingko babat dua kelapa muda Ny. Anita berusaha bersaing terutama dengan UKM-UKM sejenis terutama yang berkaitan dengan varian produk yang ditawarkan, adapun pesaing-pesaingnya yang berada didaerah Bojonegoro yaitu Agen wingko babat Hj. Aswad, Wingko babat bu Lis, Wingko babat asli cap kelapa, Wingko babat kelapa muda Muslikah, Wingko babat argha, Wingko babat empat bintang jaya, dan Wingko babat kualitas super rasa kelapa muda. Wingko babat dibuat dari tepung ketan, kelapa muda parut, dan gula pasir Wingko babat biasanya berbentuk bundar dengan tekstur padat dan kenyal serta biasa disajikan dalam keadaan hangat dan dipotong kecil-kecil. Wingko babat dapat dijual dalam bentuk bundar yang besar atau juga berupa kue-kue kecil yang dibungkus kertas. Kombinasi gula dan kelapa menjadikan kue ini nikmat. Wingko babat biasanya dikonsumsi sebagai hidangan selingan (Trisnawati & Purwidiani, 2015)